บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นของลูกค้าชาวญี่ปุ่น ต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ของผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ มีวิธีดำเนินการศึกษาเรื่อง ขอบเขตการศึกษา ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการศึกษา ระยะเวลาในการศึกษาและการรายงานผลการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นของลูกค้าชาวญี่ปุ่น ต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ของผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ มีเนื้อหาครอบคลุมเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมด้านการตลาด (Promotion) รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาที่ลูกค้าชาวญี่ปุ่น พบต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ในที่นี้ จะศึกษาเฉพาะผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่มีแหล่งจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่เพียง 2 ประเภท ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องแต่งกาย เช่น เสื้อผ้า กางเกง กระโปรง ชุด เป็นต้น
2. ผลิตภัณฑ์ประเภทประกอบกับการแต่งกาย เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ ผ้าสไบ เป็นต้น

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าชาวญี่ปุ่น ที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น ได้แก่กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากร้านขายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำกลับไปจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าตนเองในประเทศญี่ปุ่น

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ได้แก่กลุ่มลูกค้าทั่วไปที่เข้ามาหาซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากร้านขายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จึงใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งลูกค้าชาวญี่ปุ่นออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 50 ราย

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 150 ราย

การคัดเลือกตัวอย่างในแต่ละกลุ่มจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ในร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 70 แห่ง ตามรายชื่อผู้ประกอบการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 1 (ภาคผนวกที่ 1) โดยกระจายเก็บตามร้านค้าต่างๆ จนครบ 200 ตัวอย่าง

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากแหล่งที่มาต่าง ๆ ดังนี้

1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลจาก หน่วยงานของรัฐบาล เอกสารสิ่งพิมพ์ ตำรา บทความ วารสาร หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) 2 ชุด กับลูกค้าชาวญี่ปุ่น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นและนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเพื่อทราบความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จำนวน 200 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งแปลเป็นภาษาญี่ปุ่น โดยแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ แบบสอบถามสำหรับผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นและแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

<u>แบบสอบถามชุดที่ 1</u> สำหรับผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น (50 ชุด) แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเฉพาะของผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นต่อส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยวัดระดับการให้ความคิดเห็นกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ของผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ แบบมาตราของลิเคิร์ท (Likert Scale) 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉย ๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (กุณฑลี รื่นรมย์, 2549)

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นพบต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ของผู้ผลิตจังหวัดเชียงใหม่

<u>แบบสอบถามชุดที่ 2</u> สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น (150 ชุด) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นต่อส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยวัดระดับการให้ความคิดเห็นกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ของผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ แบบมาตราของลิเคิร์ท (Likert Scale) 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉย ๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (กุณฑลี รื่นรมย์, 2549) ดังนี้

มีระดับความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนนเท่ากับ	5
มีระดับความคิดเห็นด้วย	ให้คะแนนเท่ากับ	4
มีระดับความคิดเห็นเฉย ๆ	ให้คะแนนเท่ากับ	3
มีระดับความคิดไม่เห็นด้วย	ให้คะแนนเท่ากับ	2
มีระดับความคิดไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนนเท่ากับ	1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยมีช่วงคะแนนเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นเฉย ๆ
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	ระดับความคิดไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	ระดับความคิดไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพบต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ของผู้ผลิตจังหวัดเชียงใหม่

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าชาวญี่ปุ่นทั้ง 2 กลุ่มคือ ผู้ค้าส่ง/ผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น และนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งชุดที่ 1 และชุดที่ 2 จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 11 เดือน คือ ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2550 ถึงเดือน เมษายน 2551 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนพฤศจิกายน 2550

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved